УДК 1 (075)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ (1990–1998 гг.)

О.А. Никифоров

Юргинский технологический институт Томского политехнического университета
E-mail: bhf@mail2000.ru

Формирование новой социальной прослойки российского общества и накопление ей капиталов заставляла бизнесменов активнее включаться в политическую борьбу, в том числе и на региональном уровне. Эта тенденция стимулировалась и социально-экономическим тупиком в котором оказалась страна к середине 1990-х годов, благодаря непродуманным реформам. В статье проанализированы результаты участия предпринимателей малого бизнеса в выборах в органы исполнительной и законодательной власти на региональном и муниципальном уровне в Западной Сибири в 1990-е годы. Дан краткий анализ их результатов и причин, рекомендации.

Степень влияния представителей малого бизнеса на общественно-политическую ситуацию в стране определяется их представительством в законодательных и исполнительных органах власти. Анализ предвыборных компаний в территориях Западной Сибири позволил оценить уровень политической активности предпринимателей в регионе и отношение общества к малому сектору экономики, курсу реформ, выявить социальную базу предпринимательского движения через особенности поведения и социальной структуры электората, показать резервы расширения влияния малого бизнеса на общество и государственные структуры управления.

Активность граждан и общественно-политических сил на выборах в органы законодательной власти в краях и областях Западной Сибири в середине 1990-х годов была высокой. Максимальная наблюдалась в Новосибирской области, где на одно место претендовал 21 кандидат. К следующей группе территорий принадлежали Кемеровская, Тюменская и Томская области (12,8; 11,2; 10,4 человека на место соответственно). Сравнительно невысокий накал политической борьбы имел место в Алтайском крае и Республике Алтай (7 и 5,5 человек на место) [1–7]. В таких условиях для победы на выборах необходимо было иметь в наличии комплекс факторов (солидный финансовый потенциал, поддержку средств массовой информации, высокий общественный рейтинг, поддержку наиболее активной части электората и т.п.). Предприниматели, как новая общественно-политическая прослойка общества, оказались в непростой ситуации.

Тем не менее, уровень их активности являлся очень высоким. По удельному весу среди общего числа кандидатов они оказались самой многочисленной группой – 23 %. Вторую по численности группу кандидатов в депутаты составили директора государственных предприятий, инженерно-технические работники, представители социальной сферы и члены различных общественных организаций (16,6 %, 15,7 %, 13,7 %, 12,4 % соответственно). Государственные служащие были представлены 9 %. Наименьший удельный вес имели юристы и пенсионеры (5 % и 4,6 %). Но из отдельно взятых регионов лишь в Новосибирской области бизнесмены оказались самой многочисленной группой кандидатов – 33,3 %. В Алтайском крае они стали вторыми (28 %), уступив директорам государственных предприятий (35,6 %), а в Республике Алтай (21 %) – работникам социальной сферы (42 %). Слабее оказалось их влияние в Омской области (3 место), где число кандидатов было меньше, чем инженерно-технических работников и представителей социальной сферы, а также в Томской, Тюменской и Кемеровской областях (4 место).

Ярко выраженная потребность бизнесменов к участию в политической жизни государства – их естественная реакция на социально-экономический тупик к которому подошло наше общество в середине 1990-х годов. Кроме того, статистические данные региональных избирательных комиссий отразили ярко выраженную тенденцию: степень политической активности предпринимателей прямо пропорциональна глубине социально-экономического кризиса в отдельно взятой территории и обратно пропорциональна степени его промышленного развития. Отмечая высокую активность предпринимательского класса в целом, нельзя сказать тоже самое о представителях малого бизнеса. Среди кандидатов – предпринимателей их удельный вес колебался от 11 % в Тюменской области до 55 % в Республике Алтай, а в числе претендентов на депутатские мандаты – от 1,4 % в Тюменской области до 11 % в Республике Алтай. И здесь имела место тенденция зависимости общественно-политической активности представителей малого бизнеса от масштабов социально-экономического кризиса и степени хозяйственного развития краев и областей.

Низкая активность субъектов малого бизнеса объяснялась тем, что кризисные явления в сферах экономики и малого предпринимательства в отличие от России в Западной Сибири стали явно проявляться не в 1995 г., а в 1996–1997 гг. Таким образом, стимул к росту политической активности у бизнесменов усилился лишь к 1997 г. Степень политической аморфности среди этой части предпринимателей гораздо выше в Западной Сибири, нежели в России, так как уровень развития малого сектора экономики здесь ниже общероссийских показателей. Кроме того, политическая индифферентность – отличительная черта малого бизнеса. По России, среди представителей малого сектора экономики, она составляла от 30 % до 50 %, что на порядок больше, чем в крупном бизнесе.

Тенденции, присущие качественному составу депутатского корпуса в Западной Сибири в целом совпали с теми, которые характерны для состава кандидатов в депутаты. Одновременно проявилось несовпадение уровней политической активности отдельных социальных групп в обществе и восприятия их последним в качестве серьезной политической силы [8; 9. С. 58, 183–187, 193–195, 322,

391–393, 471–473, 487–488, 566–567, 582–583]. Как и среди кандидатов в депутаты, так и среди депутатского корпуса, предприниматели составили одну из самых многочисленных групп (24,5 %), уступив лишь представителям государственных служащих (26,8 %). Достаточно оказались представленными работники социальной сферы (16,2 %) и директорский корпус государственных предприятий (13,6 %). Несколько слабее смотрелись инженерно-технические работники (9,6 %) и юристы (6,6 %). Минимальное число мандатов получили представители общественных организаций (1,9 %) и пенсионеры (0,8 %). Но представители малого бизнеса имели незначительный удельный вес среди депутатов региональных Законодательных собраний, с учетом своего представительства среди кандидатов–предпринимателей. Абсолютное большинство депутатских мест они получили лишь в Законодательном собрании Томской области (45 %). В Алтайском крае и Новосибирской области они были вторыми, имея 22 % мандатов, и уступив в первом случае государственным служащим (32 %), а во втором – работникам социальной сферы (27 %). В Республике Алтай представители бизнеса были представлены третьей по численности фракцией (19 %) и лишь в Кемеровской области оказались в аутсайдерах, поделив 4–7 места (5 %).

С точки зрения удельного веса избранных депутатов от представленного количества кандидатов они выглядели слабее своих оппонентов. Абсолютные лидеры здесь – представители государственных служащих. Каждый четвертый их кандидат избран депутатом (25,2 %). Лучшие, чем у бизнесменов показатели имели юристы (11,1 %) и представители социальной сферы (11 %). Лишь каждый десятый кандидат – предприниматель был выбран в депутаты (9,1 %). Представители бизнеса опередили директорский корпус государственных предприятий, инженерно-технических работников, пенсионеров и представителей общественных организаций. При этом удельный вес юристов, государственных служащих среди избранных превышал их удельный вес среди кандидатов, что служило косвенным свидетельством приоритетов, господствовавших в региональном электорате и степени влияния той или иной группы людей на общественное сознание. Такая ситуация среди юридических работников характерна в Республике Алтай, Кемеровской, Томской и Тюменской областях, для государственных служащих в Томской, Тюменской областях, Алтайском крае и Республике Алтай. Несколько слабее она проявилась среди работников социальной сферы (Алтайский край, Новосибирская и Томская области) и инженерно-технического персонала (Кемеровская область, Алтайский край, Республика Алтай). В тоже время для предпринимателей она была характерна лишь в Томской и Тюменской областях. Что же касается директорского корпуса государственных предприятий, представителей общественных организаций и пенсионеров (за исключением Алтайского края), то показатели их удельного веса среди депутатов – традиционно ниже, нежели среди кандидатов.

По результатам же выборов глав региональных администраций позиции предпринимателей оказались еще скромнее [9. С. 100–101, 104–109, 276–277, 282, 354–355, 365–367, 455–457]. Несмотря на то, что по удельному весу в 4-х территориях Западной Сибири это была самая большая группа кандидатов (23 %), лишь один из них представлял интересы малого бизнеса. Только в Новосибирской области был избран губернатор–предприниматель, который отражал, однако, не интересы мелкого бизнеса, а банковских кругов. Число голосов, поданных за бизнесменов оказалось небольшим (18 %) и колебалось от 2 % в Ямало-Ненецком АО до 9,6 % в Томской области. Лишь Новосибирская область стала исключением из правил. Однако такой успех здесь объяснялся не принадлежностью победителя к конкретной социальной прослойке или значительным политическим весом предпринимателей в области, а политическими воззрениями г. Мухи, который баллотировался от народно-патриотического союза России. Единственный же представитель малого бизнеса, в Ямало-Ненецком АО, получил минимальную поддержку своих избирателей.

Одновременно проходили и выборы в муниципальные органы управления. К сожалению, данные по результатам муниципальных выборов в большинстве территорий Западной Сибири у автора отсутствуют. Однако, имевшиеся результаты выборов в г. Омске, позволили в определенной степени выделить основные тенденции, характерные и для них [10; 11]. Они свидетельствовали об определенном своеобразии характера муниципальных выборов в отличие от региональных. Во-первых, среди кандидатов, в 1994 г. предприниматели не представляли серьезной политической силы (7 %), уступая работникам госаппарата (20 %), социальной сферы (20 %), служащим (30,5 %). В тоже время показатели таблицы за 1998 г. подтвердили предположение о том, что политическая активность российского бизнеса возрастала прямо пропорционально нарастанию кризисных явлений в экономике и обществе. Предприниматели составляли уже 20 % кандидатов, уступив лишь работникам социальной сферы (30 %). Помимо бизнесменов предвыборные компании в г. Омске зарегистрировали рост политической активности в среде работников социальной сферы, представителей общественных организаций, инженерно-технического персонала. У остальных социальных слоев общества наблюдалась прямо противоположная тенденция. Кроме того, выборы 1998 г. показали возросшую политическую активность общества в целом, представив избирателям среди кандидатов гораздо более широкую социальную структуру общества.

Во-вторых, несмотря на рост социальной активности предприниматели не получили значительной поддержки электората на выборах. За них в среднем проголосовало 12 % избирателей. Это седьмой результат среди 11 представленных групп. При этом отставание от журналистов и работников государственного аппарата носило кардинальный характер. Как следствие этого, представительство предпринимателей в городской Думе было минимальным [10. С. 4–7; 11. С. 15]. Предприниматели оказались за бортом депутатского корпуса в 1994 г., где определяющую роль играли работники госаппарата,

социальной сферы и представители общественных организаций. При этом удельный вес работников госаппарата, социальной сферы и общественных организаций полностью соответствовал их представительству среди кандидатов. В 1998 г. предприниматели получили около 12 % мест в Думе, оказавшись четвертой по численности фракцией после работников социальной сферы, инженерно-технических работников и представителей общественных организаций. И здесь проявилась прямая зависимость между количеством кандидатов на выборах и числом завоеванных депутатских мандатов.

Таким образом, представители малого бизнеса в большинстве территорий не достигли заметных успехов в борьбе за проникновение в государственные органы управления, несмотря на высокую политическую активность. Это произошло даже вопреки тому, что бизнес-прослойка в Западной Сибири имела ярко выраженный прогрессивный половозрастной и образовательный состав [9. С. 58–59, 183–187, 193–198, 322, 391–393, 471–473, 487–488, 566–567, 582–583; 10. С. 3–5, 10; 11. С. 1–2, 6, 9]. Причины столь скромных результатов представителей малого бизнеса в выборных кампаниях в представительные и исполнительные органы власти краев и областей Западной Сибири в середине 1990-х годов состояли в структуре финансирования избирательных компаний, настроениях местного электората и в имидже предпринимательского класса в российском обществе [12–28].

Только представители малого бизнеса в наибольшей степени зависели от наличия собственных финансовых ресурсов для ведения избирательной компании. Больше половины избирательных фондов их кандидатов составил данный вид средств. Гораздо меньший удельный вес в структуре финансирования выборов этот показатель имел у кандидатов от среднего и крупного бизнеса, в минимальной степени у работников государственного аппарата. Наибольшее значение для мелких предпринимателей имели и взносы от физических лиц, т.е. от населения. В тоже время размер этих денежных ресурсов в избирательных фондах остальных кандидатов минимизирован.

Не меньшую роль в наличии минимального общественно-политического рейтинга предпринимателей сыграли и настроения электората, без знания особенностей состава и поведения которого трудно рассчитывать на серьезный успех в ведении избирательных компаний.

Его лоббистская функция заключалась в том, что в современных условиях низкой явки избирателей на выборы активная, пусть и немногочисленная группа электората способна провести своего ставленника во властные структуры. Анализ социального состава голосовавших говорил о том, что удельный вес демократически настроенных избирателей среди них минимален [12–28].

Таким образом, и финансовые возможности малого бизнеса и комплекс факторов, формировавших мнение электората в 1990-е годы сложились для предпринимательской среды крайне неблагоприятно. Проблемы формирования солидной социальной базы в региональных электората для предпринимательства лежали в отношении общества к предпринимательству как виду социально-экономической активности, в позиции самих бизнесменов к кардинальным проблемам современного российского общества, состоянии общественно-политических организаций, выражавших интересы предпринимателей, особенностях их создания, социальной структуре и степени реального влияния как на бизнес-среду, так и на общество в целом. Предприниматели имели одну из наиболее прогрессивных характеристик по половозрастному и социопрофессиональному признакам по сравнению с другими категориями населения. Это может сделать их в перспективе одной из наиболее влиятельных политических сил российского общества. Проведенный анализ работы общественно-политических объединений предпринимателей и динамики общественного мнения по отношению к малому бизнесу позволили выявить следующие причины современных проблем предпринимательства: незавершенность формирования идеологии предпринимательства и как следствие ее аморфность, отсутствие поддержки активных частей электората, средств массовой информации, ограниченные финансовые возможности малого бизнеса, невысокий рейтинг в обществе, особенности структуры и поведения электората, противоречие между идеологией предпринимательства и его социальной базой, с одной стороны, и практической ориентацией в политике, с другой стороны.

Выход из сложившейся ситуации автор видит в активизации работы представителей малого бизнеса с наиболее пассивной частью электората для его привлечения в политическую жизнь, в усилении социальной направленности работы малого сектора отечественной экономики с целью кардинального изменения общественного мнения в позитивную сторону, в более активном сотрудничестве с государственными органами управления, в более четком оформлении структуры, целей и задач общественных организаций, отражавших интересы малого бизнеса, в повышении их активности их для защиты интересов тех, кого они представляли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Республики Алтай. – С. 1, 6–9, 15–22, 34 // Тек. арх. избирательной комиссии Республики Алтай. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
2. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Алтайского края. – С. 3–11 // Тек. арх. избирательной комиссии Алтайского края. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
3. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Новосибирской области. – С. 4–9 // Тек. арх. избирательной комиссии Новосибирской области. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
4. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Кемеровской области. – С. 2, 5–8, 14 // Тек. арх. избирательной комиссии Кемеровской области. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
5. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Томской области. – С. 1–5 // Тек. арх. избирательной комиссии Томской области. Папка “Выборы”.

Раздел “Отчеты”.

6. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Тюменской области. – С. 3–8 // Тек. арх. избирательной комиссии Тюменской области. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
7. Сводные отчеты работы за 1995–1997 гг. избирательной комиссии Омской области. – С. 2–11 // Тек. арх. избирательной комиссии Омской области. Папка “Выборы”. Раздел “Отчеты”.
8. Кисовская Н. Предприниматели и основные политические партии России (1991–1995 гг.) // Мировая экономика и международные отношения. – 1997. – № 3. – С. 87.
9. Выборы в законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов РФ 1995–1997 гг. Электоральная статистика.– М.: Наука, 1998.– С. 58–59, 100–101, 104–109, 183–187, 193–198, 276–277, 282, 322, 354–355, 365–367, 391–393, 455–457, 471–473, 487–488, 566–567, 582–583.
10. Форма отчета № 8 избирательной комиссии г. Омска за март и ноябрь 1994 г. – С. 3–7, 10 // Тек. арх. администрации Омской области. Папка “Выборы”. Раздел “Омск”.
11. Отчеты городской избирательной комиссии г. Омска за 1998 г. – С. 1–2, 6, 9, 15. // Тек. арх. администрации Омской области. Папка “Выборы”. Раздел “Омск”.
12. Отчет региональной избирательной комиссии Омской области за 1994 г. – С. 1–3, 5, 7–11, 16, 19–22 // Тек. арх. администрации Омской области. Папка “Выборы”.
13. Отчет региональной избирательной комиссии Омской области за 1995 г. – С. 14–21 // Тек. арх. администрации Омской области. Папка “Выборы”.
14. Отчет региональной избирательной комиссии Омской области за 1996 г. – С. 3–10 // Тек. арх. администрации Омской области. Папка “Выборы”.
15. Отчет региональной избирательной комиссии Новосибирской области за 1995 г. – С. 15–21, 24 // Тек. арх. администрации Новосибирской области. Папка “Избирательная комиссия”.
16. Отчет региональной избирательной комиссии Новосибирской области за 1996 г. – С. 10–17 // Тек. арх. администрации Новосибирской области. Папка “Избирательная комиссия”.
17. Отчет региональной избирательной комиссии Кемеровской области за 1995 г. – С. 3–6, 17, 23, 36 // Тек. арх. администрации Кемеровской области. Папка “Избирательная комиссия”.
18. Отчет региональной избирательной комиссии Кемеровской области за 1996 г. – С. 15–24 // Тек. арх. администрации Кемеровской области. Папка “Избирательная комиссия”.
19. Отчет региональной избирательной комиссии Кемеровской области за 1997 г. – С. 4, 17, 20–24, 26–27, 30–33, 35 // Тек. арх. администрации Кемеровской области. Папка “Избирательная комиссия”.
20. Отчет региональной избирательной комиссии Томской области за 1995 г. – С. 4–9 // Тек. арх. администрации Томской области. Папка “Избирательная комиссия”.
21. Отчет региональной избирательной комиссии Томской области за 1996 г. – С. 2–7, 16, 19, 22–26, 32 // Тек. арх. администрации Томской области. Папка “Избирательная комиссия”.
22. Отчет региональной избирательной комиссии Томской области за 1997 г. – С. 11–16 // Тек. арх. администрации Томской области. Папка “Избирательная комиссия”.
23. Отчет региональной избирательной комиссии Тюменской области за 1995 г. – С. 4–19 // Тек. арх. администрации Тюменской области. Папка “Избирательная комиссия”.
24. Отчет региональной избирательной комиссии Тюменской области за 1996 г. – С. 3, 20–26; 31–33, 40 // Тек. арх. администрации Тюменской области. Папка “Избирательная комиссия”.
25. Отчет региональной избирательной комиссии Тюменской области за 1997 г. – С. 24–34 // Тек. арх. администрации Тюменской области. Папка “Избирательная комиссия”.
26. Отчет региональной избирательной комиссии Алтайского края за 1995 г. – С. 3–15 // Тек. арх. администрации Алтайского края. Папка “Избирком”.
27. Отчет региональной избирательной комиссии Алтайского края за 1996 г. – С. 17–31 // Тек. арх. администрации Алтайского края. Папка “Избирком”.
28. Отчет региональной избирательной комиссии Алтайского края за 1997 г. – С. 14–28 // Тек. арх. администрации Алтайского края. Папка “Избирком”.